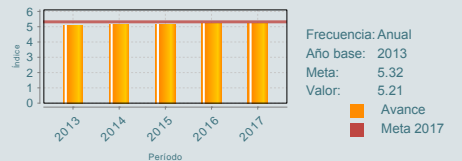


El objetivo es la difusión de productos informativos con temas de consumo que ayuden a las decisiones de compra de los consumidores. Estos productos y servicios se pueden encontrar con la Revista del Consumidor en sus distintas plataformas (televisión, radio, internet e impresa), con la difusión de información a través de medios electrónicos y redes sociales (YouTube, Twitter, Facebook) y con la realización de estudios sobre consumo y comparativos de precios. Asimismo, con la promoción y apoyo a la capacitación en temas de consumo y derechos de los consumidores a Grupos y Asociaciones de la Sociedad Civil interesados. Los servicios del programa se encuentran disponibles todo el año.

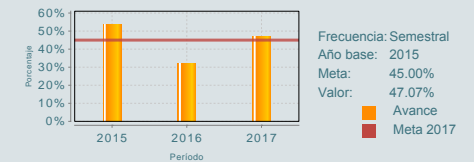
¿Cuáles son los resultados del programa y cómo los mide?

El Programa documenta sus resultados con los indicadores de la MIR 2017. El indicador de FIN "Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial", contribuye al logro de la variable 6.15 Grado de Orientación del Consumidor a través de diversas acciones, de la misma manera, aporta a la variable 6.16 Grado de Sofisticación del Comprador. El indicador de PROPÓSITO "Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco", mide a qué proporción de la población llegan los productos informativos difundidos, y qué tan útiles son éstos para tomar decisiones de compra, esté alcanzó 47.07% al cierre del ejercicio. Los indicadores de COMPONENTE "Porcentaje de cobertura nacional de la población atendida" busca atender a la población consumidora con información, orientación y capacitación, alcanzando un 86.79%. El total de consumidores que participaron en actividades de orientación fue de 42,194; El indicador de Porcentaje del grado de cobertura nacional en la plataforma digital, mide la población que consulta información en la plataforma digital en 2017 se obtuvo 5,478,921 de visitas registradas en el país. El indicador de Porcentaje de tendencia de consulta en la plataforma digital alcanzo 9.69%. En este ejercicio se tiene la segunda medición de los indicadores, para la evaluación de su comportamiento por lo menos deben ser 5 ejercicios, se deberá analizar el ajuste de metas. (IT17, MIR17, OTR17)

Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial



Porcentaje de la población encuestada a la que le haya sido útil la información ofrecida por al menos dos programas o productos informativos de la Profeco



Definición de Población Objetivo:

Consumidores que buscan información para tomar una decisión de compra y/o para conocer sus derechos. Se definió en el 86% de la población potencial, lo cual corresponde a 92,462,203 consumidores.

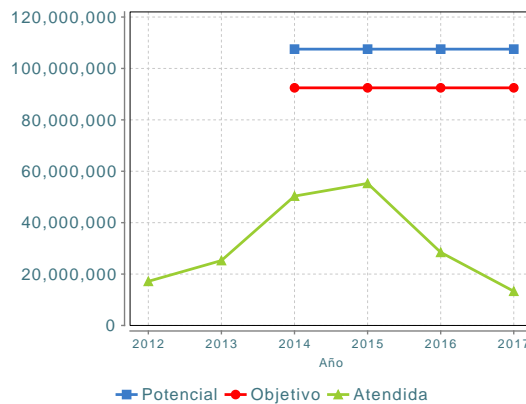
Cobertura

Entidades atendidas	32
Municipios atendidos	ND
Localidades	ND
Hombres atendidos	ND
Mujeres atendidas	ND

Cuantificación de Poblaciones

Unidad de Medida	Impactos
PA	Impactos
Valor 2017	
Población Potencial (PP)	107,514,190
Población Objetivo (PO)	92,462,203
Población Atendida (PA)	13,317,799
Población Atendida/ Población Objetivo	14.40 %

Evolución de la Cobertura



Análisis de la Cobertura

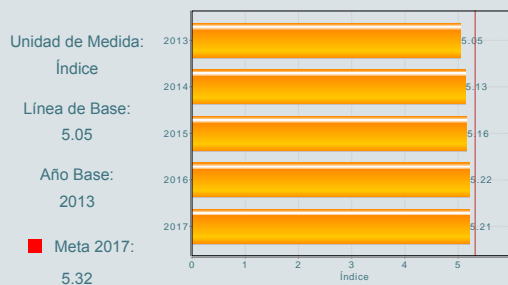
Teniendo en cuenta que la población atendida del programa se mide en Impactos, debido a que consolida los diversos productos o servicios que el programa brinda al consumidor. Esto es porque un consumidor puede obtener uno o más de estos productos o servicios, los cuales cuentan con unidades de medida diferentes. Considerando que en 2016 llegó a 28'447,940 impactos y en el ejercicio de 2017 alcanzó un total de 13'317,799; podemos contemplar la afectación que suscitó la migración de la página institucional de Profeco a la Ventanilla Única Nacional (VUN) www.gob.mx/profeco. De igual manera la desaparición de los micro-sitios resultan en un decremento que perdura respecto a las visitas del nuevo portal, también se añade el hecho de no contar con las estadísticas de manera oportuna para la actuación apropiada. Estos efectos pueden perdurar en 2018.

Análisis del Sector

El programa contribuye a favorecer una mayor competencia entre los mercados al vigilar el cumplimiento de la legislación en materia de protección a los derechos de la población consumidora. Asimismo, fortalece la red de atención con otras instituciones para brindar una respuesta rápida a la sociedad. El indicador Sectorial en 2017 obtuvo un índice de 5.21, contribuyendo su logro con la variable 6.16 Sofisticación del Comprador. En el ejercicio 2017, se han aumentado los esfuerzos para cumplir las metas con el presupuesto asignado.

Indicador Sectorial

Calificación de México en la variable Intensidad de la Competencia Local del Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial



Presupuesto Ejercido *

Año	Presupuesto del Programa (MDP) (1)	Presupuesto del Ramo (MDP) (2)	% = (1)/(2)
2012	313.80	19,842.61	1.58 %
2013	329.99	18,811.36	1.75 %
2014	360.81	19,537.71	1.85 %
2015	380.47	15,956.29	2.38 %
2016	309.54	12,850.81	2.41 %
2017	273.30	8,086.41	3.38 %

Año de inicio del programa: 2008

Fortalezas y/o Oportunidades

1.Consolidación de su Matriz de Indicadores para Resultados del programa con base en el Diagnóstico 2015 realizado por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), teniendo el tercer año de medición al cierre de 2018 (F). 2.Implementación de la aplicación móvil para consulta de la Revista del Consumidor, que permitirá llegar a un mayor número de lectores (O). 3.Brindar información a consumidores más allá de las fronteras del país con productos y servicios como Quién es Quién en el envío de Dinero (QQED). (O). 4.Actualmente se está concluyendo una Evaluación de Diseño del Programa, atendiendo una sugerencia de la institución (O).

Debilidades y/o Amenazas

1.El logro del programa, puede verse delimitado debido al posible incumplimiento de las contribuciones de los demás participantes al indicador sectorial. (A). 2.Dificultad para definir a la población objetivo en un programa de demanda abierta (D). 3.Dificultad para identificar las características de los solicitantes de los productos y servicios del programa, al varias por tipo de servicios (D). 4.De los once indicadores, seis tuvieron sobre cumplimiento en la meta, dos cumplieron la meta y únicamente dos no cumplieron. Se deberán ajustar las metas.

01

Recomendaciones

1.Revisar la definición y cuantificación de la población, con base en los lineamientos del CONEVAL. 2.Valorar qué información de los registros de solicitantes de productos y servicios del programa, es posible su homogenización, a fin de fortalecer la calidad de la información contenida en sus bases de datos y facilitar la toma de decisiones. 3.El ejercicio 2018 es el tercer año en el cual se mantiene la estructura de la Matriz de Indicadores para Resultados; Por lo cual se recomienda no alterarla con la finalidad de tener un histórico del comportamiento del Programa aunado a que la "Ficha de Enfoque de Resultados 2017" emitida por el CONEVAL tiene la semaforización en verde y en el Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda la valoración fue "FACTIBLE".

02

Acciones que el programa realiza para mejorar derivado de las evaluaciones

Avances en las acciones de mejora comprometidas en años anteriores

1.Elaboración de un documento sobre la evolución de los productos del Programa 2013 vs 2016, que permita fortalecer los bienes y servicios que brinda el mismo. Concluido al 100% al 31 de marzo de 2018.
2.Inclusión de una evaluación de diseño del Programa en la propuesta de PAE 2018. Concluido al 100% al 30 de noviembre de 2017.
3.Elaboración de un diagnóstico que explore la posibilidad de diseñar un instrumento de medición de rating de los programas de radio y televisión del Programa. Concluido al 100% al 31 de diciembre de 2017.

Aspectos comprometidos en 2018

1.-Elaboración de un documento que incluya las definiciones, caracterización y cuantificación de las poblaciones potencial y objetivo del Programa, con base en las especificaciones del CONEVAL.

03

Avances del programa en el ejercicio fiscal actual (2018)

1.Se mantiene el mismo número de indicadores que en 2017, para contar con tres años de estadística del comportamiento del programa. 2.A mayo del presente, se han realizado 290 productos realizados de 252 productos programados, lo anterior a las inserciones editoriales en medios impresos externos, con motivo de los convenios o acuerdos interinstitucionales. 3.Se promueve y apoya la organización de consumidores, al primer trimestre se contó con un padrón de 2,808 grupos de consumidores con un total de 59,023 integrantes. 4.De enero a mayo se elaboraron y difundieron los siguientes productos: 10 publicaciones del Boletín Brújula de Compra; 103 actualizaciones del programa Quién es Quién en los Precios; 22 actualizaciones del programa Quién es Quién en el Envío de Dinero; 6 actualizaciones del Monitoreo de Tiendas Virtuales dando un total de 141 estudios. 5.Elaboración de Evaluación de Diseño del Programa.

Datos de Contacto



Datos de Unidad Administrativa
(Responsable del programa o acción)
Nombre: Rogelio Cerda Pérez
Teléfono: 56256700 Ext. 6717
Email: rcerdap@profeco.gob.mx



Datos de Unidad de Evaluación
(Responsable de la elaboración de la Ficha)
Nombre: Héctor Alejandro Gutiérrez Ordaz
Teléfono: 56256729
Email: haguierrez@profeco.gob.mx



Datos de Contacto CONEVAL
(Coordinación de las Fichas de Monitoreo y Evaluación)
Thania de la Garza Navarrete tgarza@coneval.org.mx 54817245
Liv Lafontaine Navarro llafontaine@coneval.org.mx 54817239
Rosa Bejarano Arias rmbejarano@coneval.org.mx 54817383